

# Verslag 'Zorg, zelfredzaamheid en de nieuwe mogelijkheden van het internet'

## De protestantse Diaconie te Amsterdam

10 december 2008

---

### **Introductie**

De ontwikkelingen van de ICT en de alsmear groeiende gebruiksmogelijkheden van het internet, hebben gezorgd voor nieuwe communicatiemogelijkheden, die in korte tijd gemeengoed zijn geworden in onze maatschappij. Gebruikers van internet zijn er in alle leeftijdsgroepen, met allerlei verschillende achtergronden: in 2007 waren er ongeveer 11 miljoen internetgebruikers in Nederland, die gemiddeld 6,4 uur per week internetten. Rond Sinterklaas werd er 170 miljoen euro uitgegeven aan aankopen via het internet.

Het grote draagvlak van internet geeft ook zorg en welzijnsorganisaties nieuwe perspectieven: nog nooit eerder was het relatief gezien zo 'simpel' om een grote groep eenvoudig te bereiken. Echter, de kennis en kunde ontbreken vaak nog in de huidige instellingen, waardoor het gebruik van internet heel beperkt blijft. De PublicCircle herkent dit probleem en heeft deze expertmeeting georganiseerd om met een brede groep gebruikers te discussiëren over de mogelijkheden, maar ook de beperkingen, van het internet voor hun eigen doelgroep.

Een bijeenkomst met de volgende onderwerpen:

- Gebruiken belangenorganisaties in de zorg internet wel adequaat voor het bereiken van de doelgroep of standpuntbepaling.
- Is de dienstverlening van overheid en zorgaanbieders adequaat voor cliënten in de zorg en welzijn.
- Kun je als leek / digibeet zelf de informatie op internet sturen?

De presentaties tijdens de bijeenkomst werden verzorgd door Bea Irik van Bea Irik Advies, Hetti Willemse van Publicarea en Suzanne Rodrigues Pereira van Bureau Browserbeest. Dit verslag biedt enkele highlights van deze bijeenkomst.

### **- Belangenorganisaties**

De veranderende samenleving zorgt ervoor dat er hoge eisen worden gesteld aan de eigen inbreng van belangorganisaties. Zelfstandig wonende mensen zijn moeilijk te organiseren en de band met

extramuraal wonende cliënten is afstandelijker: dit zorgt ervoor dat het draagvlak van een belangenorganisatie moeilijk te meten is en het lastig is om een standpunt te bepalen. Deze organisaties zijn dan ook toe aan nieuwe manieren aan nieuwe manieren van inspraak en meningsvorming. Er zijn natuurlijk ook doelgroepen die niet standaard toegang hebben tot het internet, zoals bijvoorbeeld dak- en thuislozen. Echter, vaak staan zij wel in contact met mensen die toegang hebben tot internet en zodoende kan internetinformatie hen wel bereiken.

#### **- Wmo**

De Wmo heeft ervoor gezorgd dat gemeenten opnieuw op zoek gaan naar cliënten en wat zij willen. In Almere heeft dit geleid tot het voorzieningswarenhuis, waar Publicarea de opzet voor gemaakt heeft. Effectief gebruik van het internet kan leiden tot meer eigen regie en keuze vrijheid, betere participatie, meer burgerinitiatieven, een ontlasting van de reguliere zorg, versterkte sociale netwerken, en vraaggericht aanbod. Internet wordt zo als het ware een digitale voordeur van je organisatie.

#### **- Producten ontwikkelen**

De enorme hoeveelheid aan informatie op het internet vraagt om ordening. Als dit gebeurt kunnen geïnteresseerden op 1 plek op zoek naar informatie of contact. Bijkomend voordeel is dat wanneer er een grote groep gebruikers bekend is van deze websites, deze ook benadert kunnen worden door fabrikanten, die vervolgens vraaggericht aanbod kunnen ontwikkelen.

#### **- Organisaties**

Internet kan echter alleen succesvol zijn wanneer het gebruik gestimuleerd wordt vanuit de organisatie. Er moeten dan ook duidelijke afspraken worden gemaakt over wie welke verantwoordelijk heeft. Op deze manier moet de inhoud worden aangeleverd die Internet en ICT nodig hebben om nuttig te zijn. Want alleen via CRM kun je inhoud creëren die de aandacht van je doelgroep behoudt.

#### **- Wat wil de doelgroep?**

Organisaties zijn duidelijk wel op zoek naar nieuwe mogelijkheden van het internet die hen aanspreken. Echter, de vraag rest hoe interactief een website moet zijn om ook de doelgroep aan te spreken en functioneel te zijn. Je zult als organisatie ook iets moeten bieden waarvoor de doelgroep terugkomt naar je website. Persoonlijke inhoud, zoals foto's en persoonlijke verhalen, is hier een voorbeeld van.

### **- Sterke intermediairs**

Om instellingen in staat te stellen zorgvuldig om te gaan met de nieuwe kansen op het internet, is het mogelijk sterke intermediairs in te schakelen die weten wat er speelt en die met zowel klanten als instelling op zoek kunnen gaan naar een persoonlijke oplossing. Dit kan door bijvoorbeeld door te informeren en te trainen.

### **- Ontwikkelaars**

Ook website-ontwikkelaars zullen echter goed moeten luisteren naar hun cliënten om een succesvolle internetsite op te zetten. Bureau Browserbeest benadrukte dat zelfs met een eenvoudig beheersysteem interessante en eenvoudig actueel te houden websites opgezet kunnen worden, met verschillende functies. Enkele voorbeeldwebsites zijn:

<http://www.browserbeest.nl/zzp/>

<http://www.browserbeest.nl/odensehuis/>

<http://www.browserbeest.nl/alzheimer/>

<http://www.beairik.nl/demo/>

<http://www.verhalenoverleven.nl>

<http://www.ernstvanderlaan.nl>

### **- Vervolgstappen**

Als proefproject heeft Bea Irik Advies samen met Bureau Browserbeest en Publicarea een aantal proefwebsites opgezet waarmee de mogelijkheden van eenvoudige te beheren websites verkend zijn. Uit de samenwerking kwam naar voren dat de doelgroep kennen voorop staat bij de ontwikkeling van een zinvolle website. Goede begeleiding als onderdeel van een leerproces maar ook als motivatie is daarnaast belangrijk om de continuïteit van websites te waarborgen.